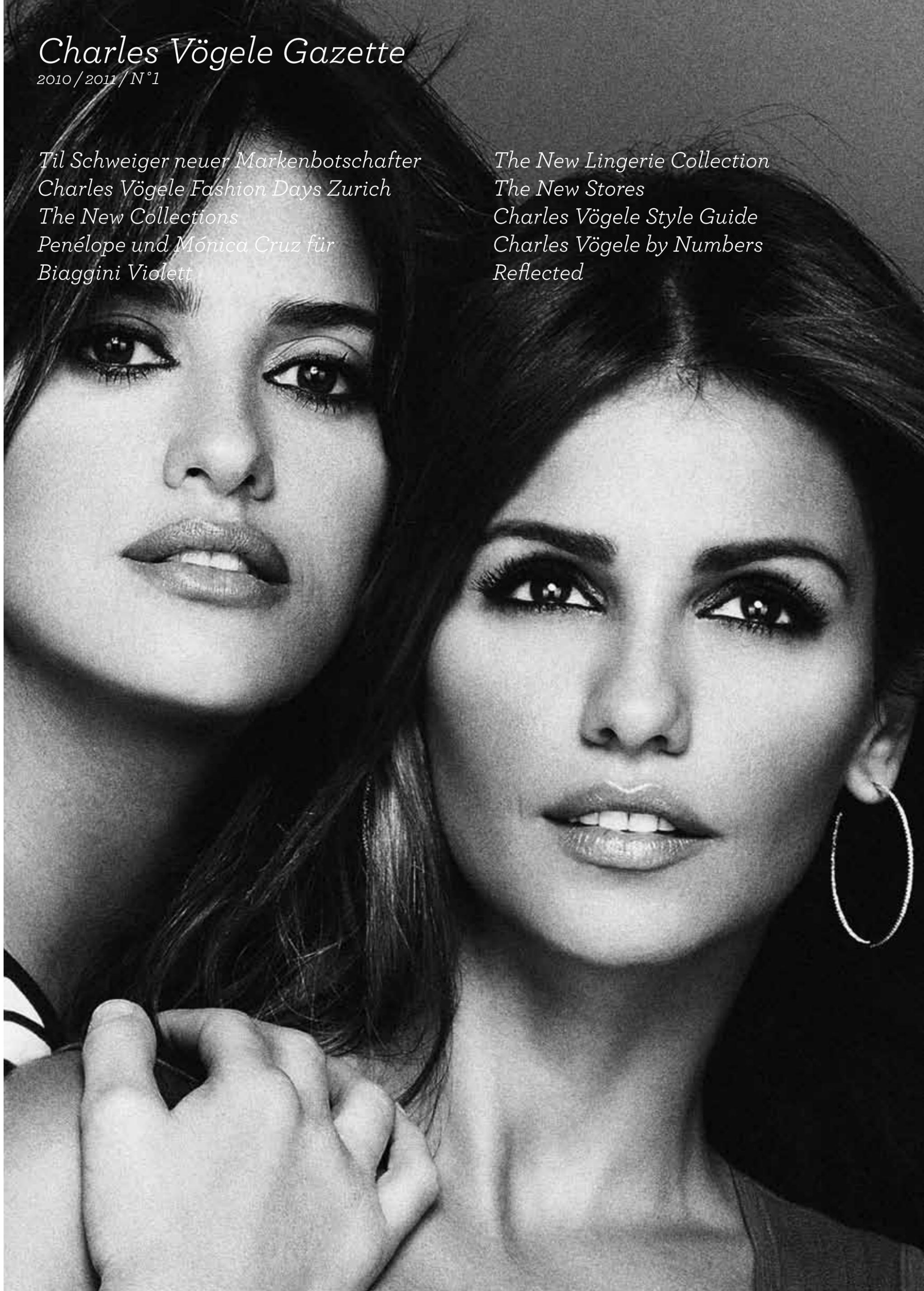


Charles Vögele Gazette

2010 / 2011 / N°1

*Til Schweiger neuer Markenbotschafter
Charles Vögele Fashion Days Zurich
The New Collections
Penélope und Mónica Cruz für
Biaggini Violetta*

*The New Lingerie Collection
The New Stores
Charles Vögele Style Guide
Charles Vögele by Numbers
Reflected*



«an amazi

Penélope und Mónica Cruz

ung brand»



— 06 —



— 08 —



— 10 —

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN

Charles Vögele Holding AG, Schweiz

KONZEPTION/GESTALTUNG

hilda design matters, Zürich

FOTOGRAFIE

Mert & Marcus, Cover / Seite 12

Esad Cicic, Seiten 6-7

Stefan Knauer, Seiten 8-11, 13

Andreas Mader, Seite 14

David Burton, Seiten 16-17

Johannes Vogt, Seiten 18-21

Alex Colle, Seiten 26-27

Michael Lio, Seiten 24-25 / 30-31

DRUCK

Neidhart + Schön Group, Zürich

www.charles-voegele.com



— 14 —



— 18 —



— 20 —



— 22 —



— 24 —



— 30 —

Highlights

WELCOME!

Das Jahr 2010 stand ganz im Zeichen des Aufbruchs mit viel kreativer Dynamik, Glamour und modischer Extravaganz: Penélope und Mónica Cruz sowie Til Schweiger wurden als Markenbotschafter verpflichtet, Charles Vögele hat eine eigene Lingerie-Kollektion lanciert und verpflichtete sich als Titelsponsor der Fashion Days bis 2012.

Das Jahr 2010 stand ganz im Zeichen des Wandels: Die Prozesse wurden optimiert, der Marketingmix neu ausgerichtet, das Merchandising reorganisiert, der Sourcingprozess neu aufgestellt und die logistischen Abläufe verbessert. Zu den Glanzlichtern des vergangenen Jahres gehört sicher der Roll-out des neuen Ladendesigns. Aktuell sind bereits 70 Filialen in neun Ländern mit dem Konzept ausgestattet. Neben Zürich glänzt seit Oktober ein weiterer Flagship Store in Bern im aktualisierten Design. In raschem Tempo wird die gruppenweite Einführung des neuen State-of-the-Art-Ladenkonzepts fortgesetzt. Ziel ist es, bis 2012 alle Standorte mit dem neuen Visual Merchandising auszustatten und bis 2013 50% aller Filialen umzubauen.

Seit August hat sich der Kollektionsrhythmus verdoppelt: Neu sind acht Kollektionen pro Jahr auf der Fläche. Weiter hat Charles Vögele seit Frühling ein neues Modemagazin. Das Magazin demonstriert und dokumentiert mit seinen Themenwelten die gesteigerte Modekompetenz.

Die neu lancierte, emotionalisierte Werbung hebt die Modekompetenz und unterstreicht die Modernisierung von Charles Vögele. Wir sind stolz, dass Charles Vögele Penélope, Mónica Cruz und Til Schweiger als Testimonials gewinnen konnte. Sie sind der perfekte Match für unsere Marke. Trotz des weltweiten Erfolgs stehen die Botschafter mit beiden Beinen auf dem Boden und passen in ihrer Ausstrahlung, Lebens-

freude, Philosophie und Modekompetenz bestens zu Charles Vögele. Zusätzlich designen die Schwestern eine eigene Kollektionen für die Marke Biaggini Violet. Auch Til Schweiger wird im Rahmen seines Engagements unter der Marke Biaggini Violet eine eigene Männerkollektion entwickeln. Der Launch erfolgt im Herbst 2011. Die Kollektion wird Til Schweigers Stil wiedergeben und ist ein authentischer, maskuliner Mix zwischen city und casual.

Seit September hat Charles Vögele den Bereich Accessoires erfolgreich ausgebaut und führt erstmals eine eigene Lingerie-Kollektion. An der Opening Night der Charles Vögele Fashion Days am 3. November 2010 wurde diese sowie die exklusive Kollektion von Penélope und Mónica Cruz erstmals vorgestellt. Der Event war ein voller Erfolg und die ideale Plattform, Mode einem breiten Publikum zu zeigen.

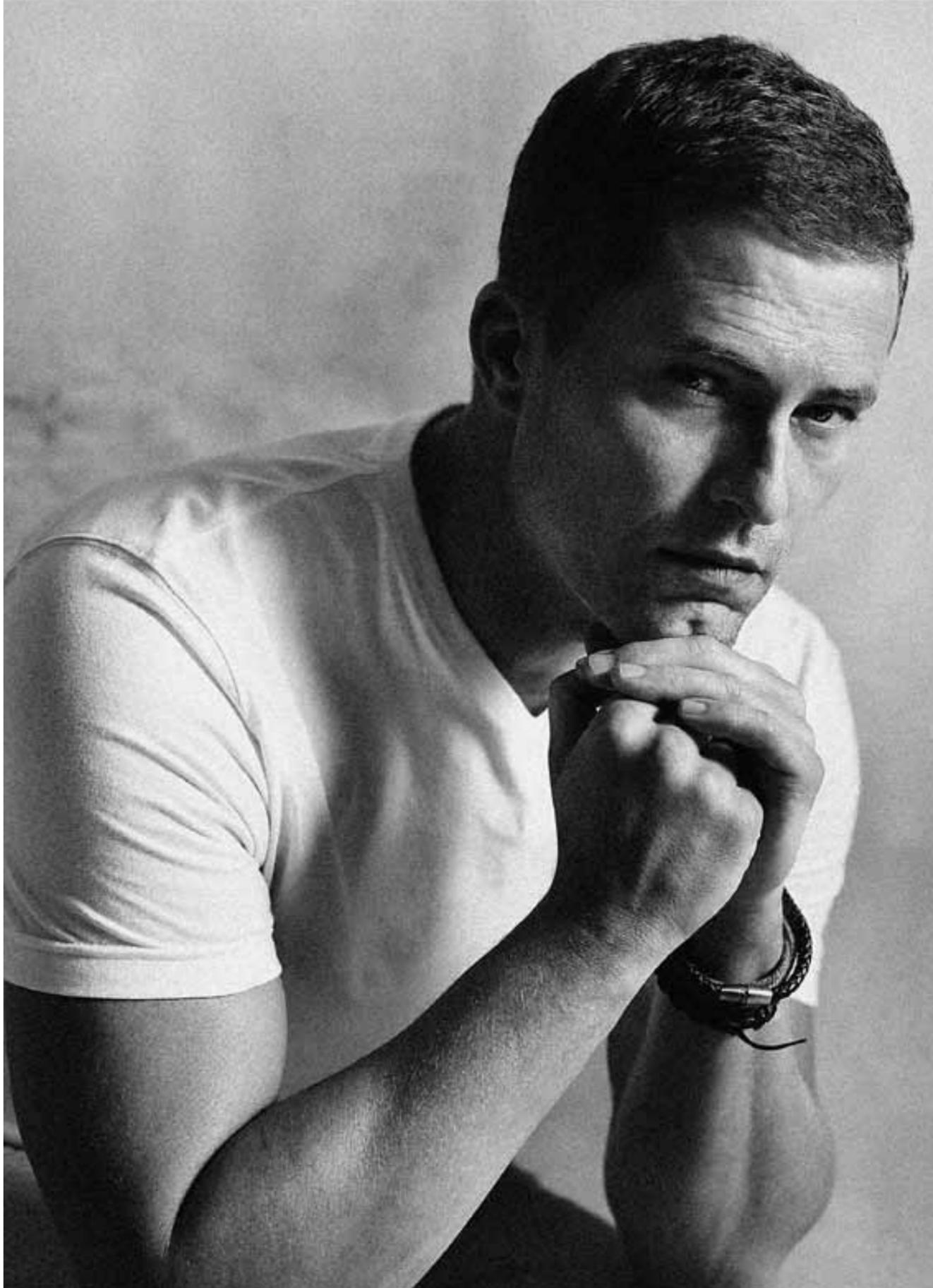
Im Februar 2011 hat der Online-Shop seine virtuellen Türen in der Schweiz, Deutschland und Österreich geöffnet und bietet echtes Multichannel an. Die weitere Expansion ist bereits geplant. Charles Vögele macht damit einen wichtigen Schritt nach vorne, um als vertikales Unternehmen hervorragend aufgestellt zu sein.

Wir freuen uns,
mit Ihnen die Highlights 2011 zu erleben.
André Maeder, CEO



André Maeder

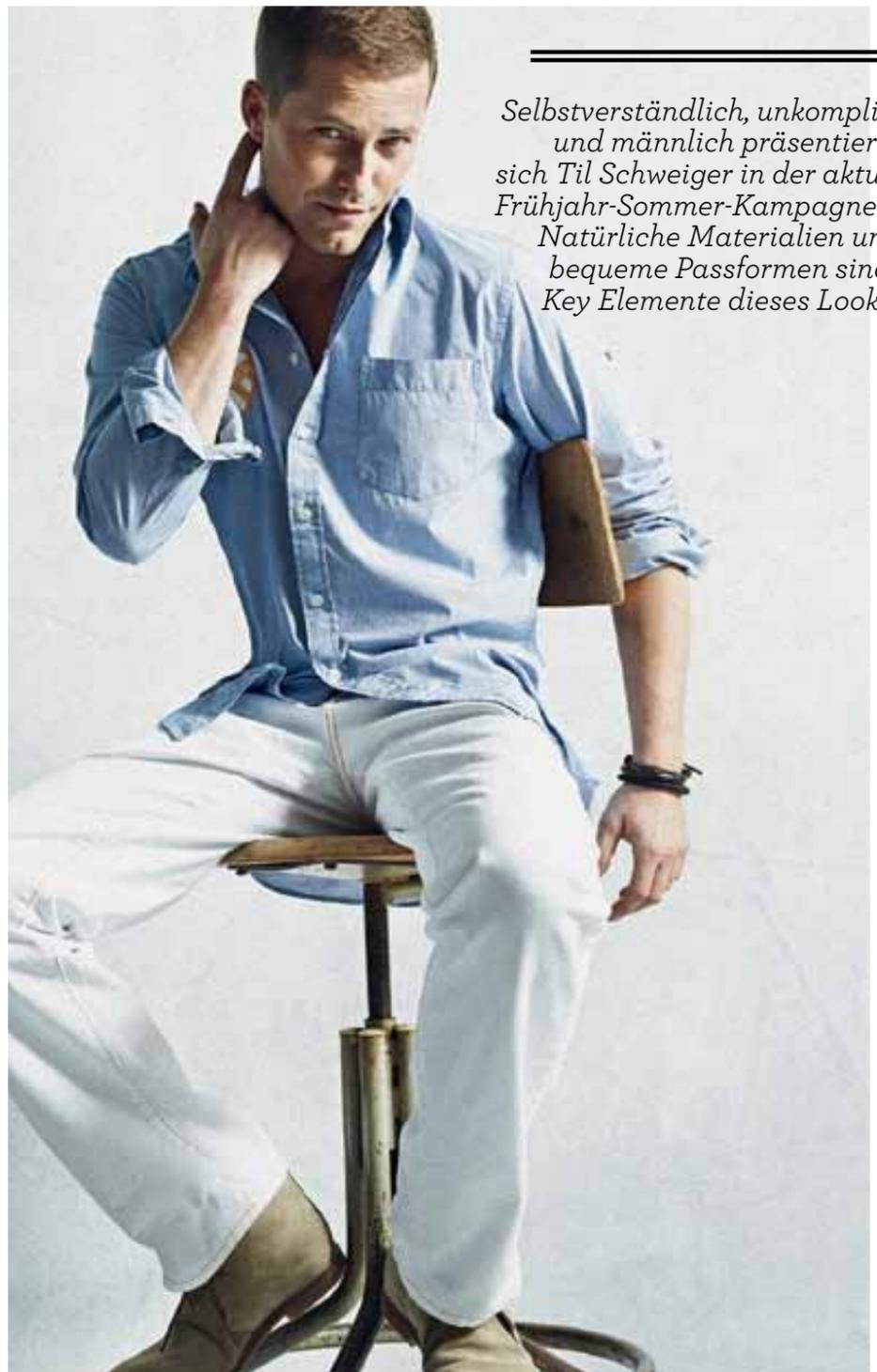
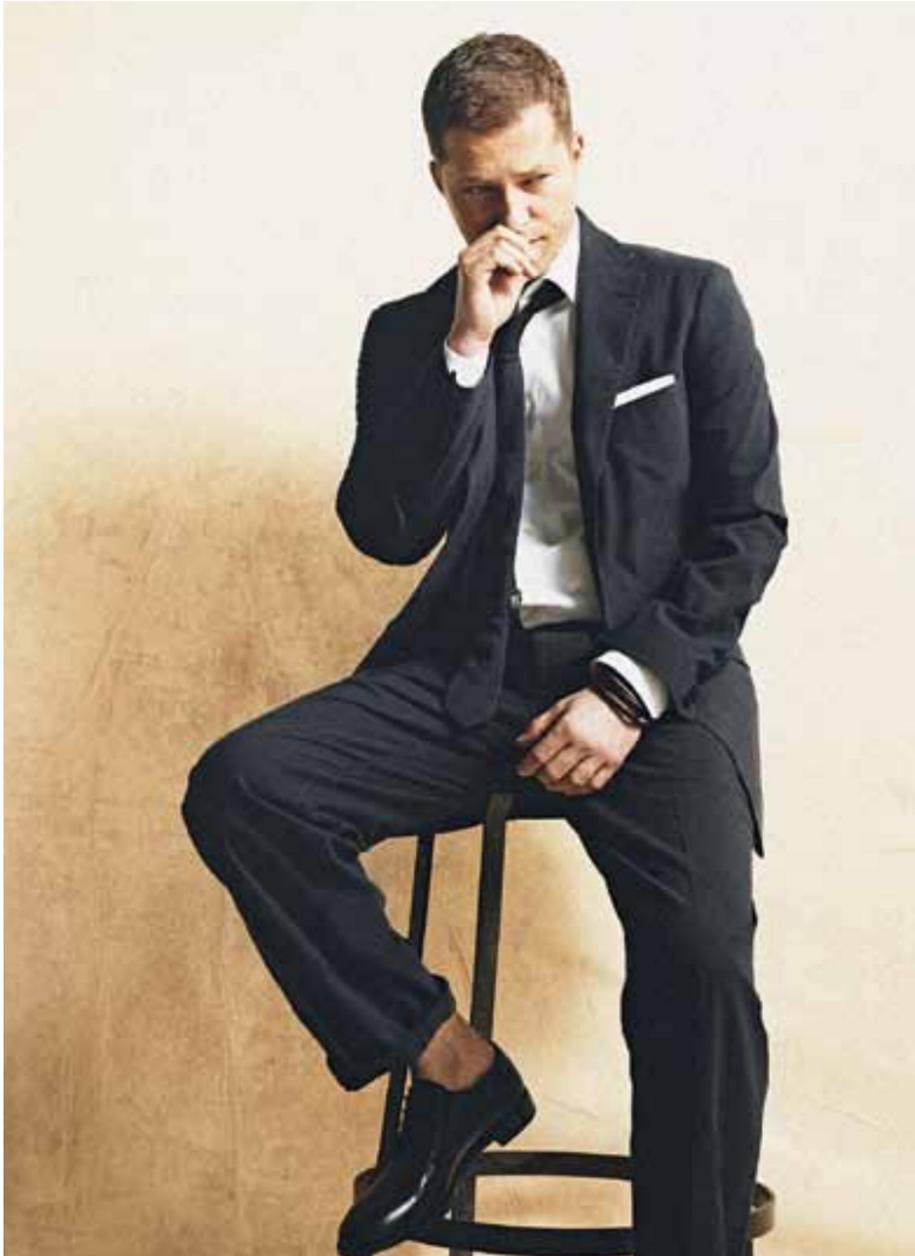
TIL SCHWEIGER



Til Schweiger ist ein international bekannter Schauspieler und einer der grossen deutschen Filmstars und Produzenten der Gegenwart. Der Durchbruch als Kinoschauspieler gelang dem 47-Jährigen, der ursprünglich Lehrer werden wollte, 1994 mit «Der bewegte Mann». Bei «Männerpension» und «Knocking on a heaven's door» trat er als Produzent, Drehbuchautor und Regisseur in Erscheinung, in «Keinohrhasen» spielte er gleichzeitig auch die männliche Hauptrolle.

Auch in den USA hat sich Til Schweiger mit Filmen wie Quentin Tarantinos «Inglourious Basterds», «The three musketeers» mit Orlando Bloom oder aktuell mit «This man's war» mit Reese Witherspoon längst einen Namen als Hollywoodschauspieler gemacht. In Til Schweigers letzter Produktion «Kokowääh» führte er Regie, produzierte den Film und spielte an der Seite seiner jüngsten Tochter Emma die Hauptrolle. Schweiger lebt in Berlin und hat vier Kinder.

Der männliche Markenbotschafter



*Selbstverständlich, unkompliziert
und männlich präsentiert
sich Til Schweiger in der aktuellen
Frühjahr-Sommer-Kampagne 2011.
Natürliche Materialien und
bequeme Passformen sind
Key Elemente dieses Looks.*

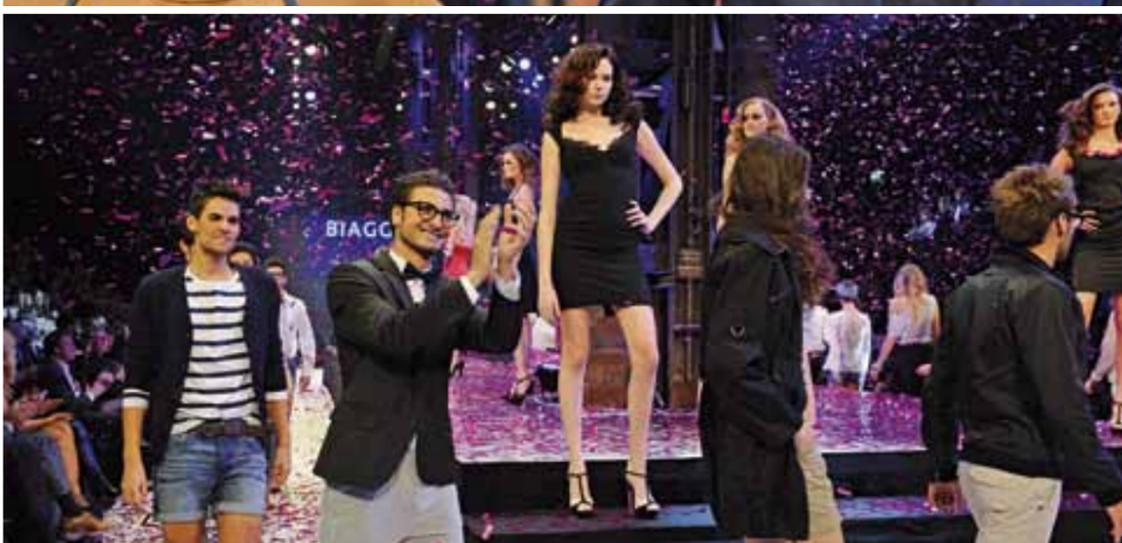
Til Schweiger ist seit dem Frühling 2011 Markenbotschafter für Charles Vögele. Er ist das männliche Gesicht der gruppenweiten Imagekampagne. Im Rahmen seines Engagements wird er unter der Marke Biaggini Violetta seine eigene Männer-Kollektion designen, die ab Herbst 2011 in den Filialen erhältlich sein wird. Til Schweiger steht mitten im Leben, verkörpert einen Mix aus Männlichkeit, Sexyness und Erfahrung – der perfekte Match für die Marke.

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d
**OPENING
NIGHT**

CHARLES VÖGELE FASHION DAYS ZURICH

3.11. - 6.11.2010



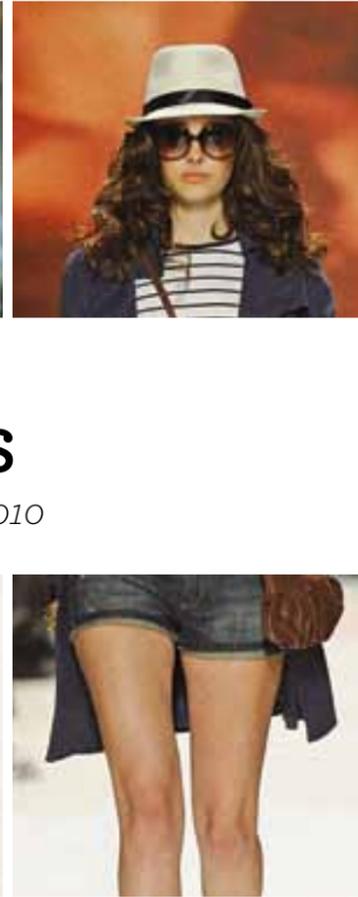
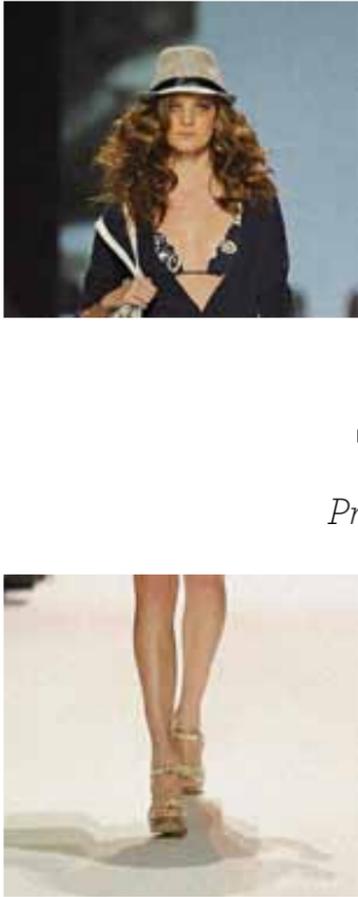


Zürich hat einen exklusiven Mode- Event

Anfang November 2010 verwandelte sich Zürich zum absoluten Mode-Hotspot - zum ersten Mal fanden in der Limmatstadt die Fashion Days mit Titelsponsor Charles Vögele statt. Charles Vögele eröffnete mit einer fulminanten Opening Show die Fashion Days. Diese sind eine ideale Plattform, um Fashion, die bisher nur einem Fachpublikum zugänglich war, einem breiten Publikum zu präsentieren.

Die Charles Vögele Fashion Days wurden vor 1000 Zuschauern mit der Casa Blanca-Kollektion des kommenden Frühling und Sommers eröffnet und von beeindruckenden Lichteffekten und Musik begleitet. Im zweiten Showblock wurde frech und sexy die neu lancierte Lingerie-Kollektion von Charles Vögele präsentiert. Nach dem Music-Act der englischen Pop-Queen Alesha Dixon wurde den Gästen Biaggini Violet, die Cocktail- und Abendkleider und die Frühling- und Sommer-Kollektion 2011, designed by Penélope und Mónica Cruz, vorgestellt.

An den anderen Tagen präsentierten junge Talente, etablierte Designer und internationale Brands ihre Kollektionen auf dem Catwalk. Im Rahmen der Veranstaltung wurde auch der Swiss Textiles Award verliehen. Insgesamt waren über 50 Fotografen, 140 Journalisten und 7000 Gäste anwesend.



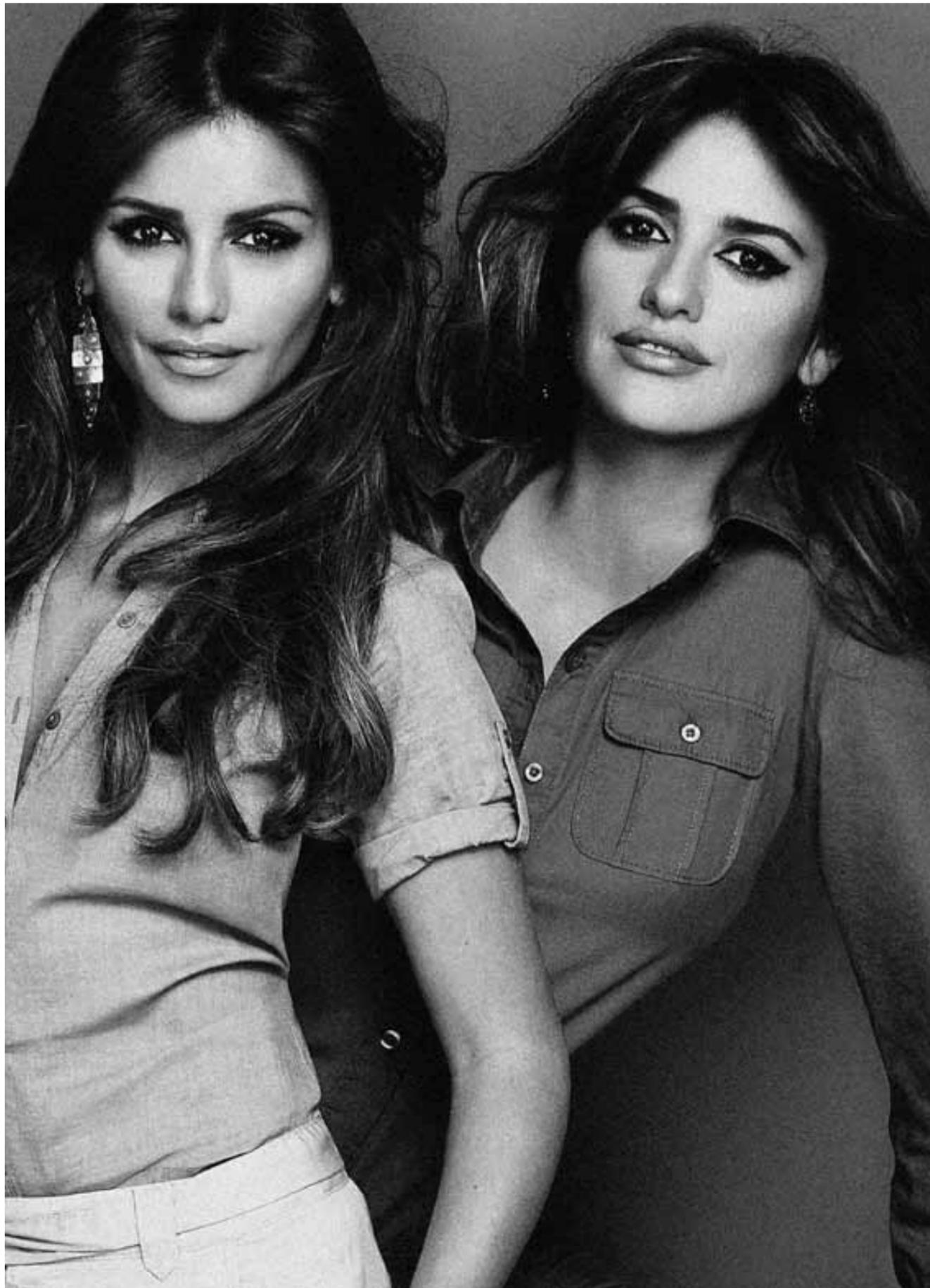
THE NEW COLLECTIONS

Presented at the Charles Vögele Fashion Days 2010





PENÉLOPE UND MÓNICA CRUZ



Den ersten internationalen Filmhit feierte Penélope Cruz in Almodóvars oscarbekröntem «Alles über meine Mutter» (Todo sobre mi madre, 1999), in dem sie eine schwangere, aidskranke Nonne spielt. Grosses Lob erhielt sie für ihre Nebenrolle in Woody Allens Komödie «Vicky Cristina Barcelona» (2008), für die sie 2009 einen Oskar als beste Nebendarstellerin erhielt. Zuletzt stand sie in «Pirates of the Caribbean» neben Johnny Depp vor der Kamera.

Als Kind genossen die 37-jährige Penélope und ihre drei Jahre jüngere Schwester Mónica, Töchter eines Auto-mechanikers und einer Coiffeuse, eine Ausbildung im klas-

sischen Ballett. Mónica tourte mit 17 nach ihrer Flamenco-ausbildung mit dem Ensemble des berühmten spanischen Tänzers Joaquín Cortés durch die Welt. 2002 erhielt sie – nach sieben Jahren auf der Bühne – eine Rolle in einer Tanzserie im spanischen Fernsehen. Es folgten Gastauftritte in zahlreichen TV-Serien und Kinofilmen. Ihr jüngerer Bruder Eduardo Cruz ist ein in Spanien bekannter Sänger.

Im Juli 2010 heiratete Penélope auf den Bahamas den international bekannten Schauspieler Javier Bardem. Im Januar 2011 brachte sie in ihrer Wahlheimat Los Angeles ihren ersten Sohn auf die Welt.

Die erste Biaggini Violett-Kollektion – designed by Penélope and Mónica Cruz



Die erste Biaggini Violett-Kollektion von Penélope und Mónica Cruz ist inspiriert von Künstlerinnen wie Jane Birkin sowie Filmen aus den 70er-Jahren. Die Kollektion besteht aus langen, atemberaubenden Roben und traumhaften Cocktailkleidern. Es dominieren Denim, verschiedene Blautöne und Schneeweiss, schmale Schnitte aus edlem Baumwollstoff und Jersey. Feminine Silhouetten in neutralen Grautönen und weichen Nudeabstufungen sind ein weiteres Highlight der Kollektion.



Mónica und Penélope Cruz bringen ihre Modekompetenz stark ein

Im Rahmen ihres Engagements bei Charles Vögele entwerfen die beiden Schwestern Kollektionen unter dem Brand Biaggini Violet. Es handelt sich dabei um eine qualitativ hochwertige Kollektion, die erstmals an den Charles Vögele Fashion Days 2010 vorgestellt wurde.

«Penélopes und Mónicas Stil geht eindeutig Richtung Retro und 70er-Jahre», erzählt Ines Amrhein, Brand Manager bei Charles Vögele. «Sie holen ihre Inspirationen aus dem Alltag, der Modewelt oder lassen sich auch von Filmen und Models aus den 50er- bis 70er-Jahren anregen.»

Im Frühling 2010 haben Penélope und Mónica Cruz zusammen mit den Designern von Charles Vögele mit der Entwicklung der eigenen Kollektion begonnen – seither kommt jede Saison eine neue Kollektion von den Schwestern in die Filialen.

Das Designteam von Charles Vögele trifft sich regelmässig mit Penélope und Mónica Cruz, nimmt ihre Ideen auf und setzt sie für die Kunden von Charles Vögele um. «Wir arbeiten bei diesen Treffen sehr intensiv zusammen – doch auch der Spass kommt nicht zu kurz», so Ines Amrhein. «Das Designteam hat sich auf Anhieb gut mit den beiden verstanden. Sie sind sehr inspirierend, liebenswürdig und unkompliziert. Mónica hat ihre Skizzen und Ideen vorgestellt. Jedes Kleidungsstück wird intensiv betreffend Schnitt und Verarbeitung besprochen – die Schwestern bringen ihre Modekompetenz stark ein. Mit der Kollektionsentwicklung erfüllen sich die beiden einen Kindheitstraum.»



Shiftkleid
Biaggini Violet

*Raffiniertes Kurzarmkleid in
schlichtem Nude mit eingearbeite-
ten Falten am Ausschnitt, lässigen
Eingriffstaschen und einem schmalen
Gürtel, der die Taille dezent betont.*

CHF 99.95



THE NEW LINGERIE COLLECTION

by Charles Vögele

A World of Sensuality



Elastische Spitzeneinsätze sind bei der Lingerie wichtige feminine Elemente - ob Ton in Ton, kontrast- oder zweifarbig. Jacquard- und Streifendessins sowie Millefleursdrucke gehören zu den modischen Highlights der Kollektion. Hemdchen, Bustiers und Long-BHs erfreuen sich immer grösserer Beliebtheit und werden mit «Pantys» getragen. Die vielseitige Lingerie-Kollektion zeigt sowohl zeitlose und elegante Styles in dezenten Farben und Drucken als auch freche Eyecatcher.

Seit September 2010 ist die Lingerie europaweit in 500 Filialen erhältlich. Für mehr Sexappeal im Alltag soll Frau sie spielerisch und reizvoll einsetzen. Zu Beginn der Saison Frühjahr/Sommer 2011 dominieren die Farben Grau und Dunkelblau mit Kontrastfarben wie Pink, mit Beeren-tönen oder Gelb kombiniert. Grau ersetzt die Farbe Schwarz und vermittelt einen edlen, zeitlosen Auftritt. Im Hochsommer 2011 wird Grau von Pastelltönen abgelöst und ebenfalls mit Knallfarben kombiniert.

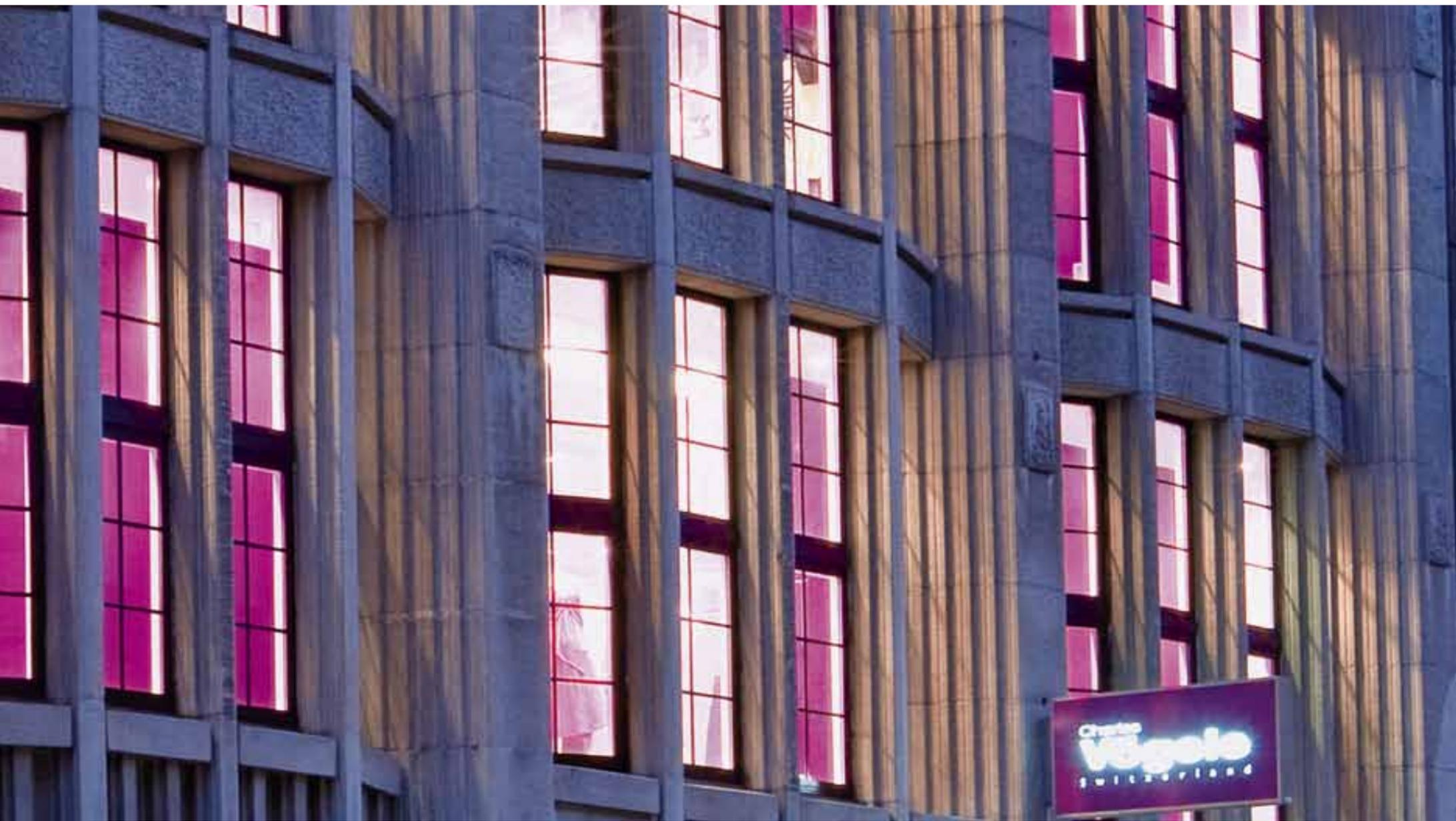


Charles
Vögele
Switzerland

Charles
Vögele
Switzerland

Charles
Vögele
Switzerland

slap



THE NEW STORES

A Fashion Experience





2010 begann der Roll-out des neuen Laden-
designs. Neben Zürich glänzt seit Oktober ein
weiterer Flagship Store in Bern im aktualisierten
Design.

Die Filiale in Bern bietet auf 4000 m²
Verkaufsfläche aktuelle und preiswerte Mode für

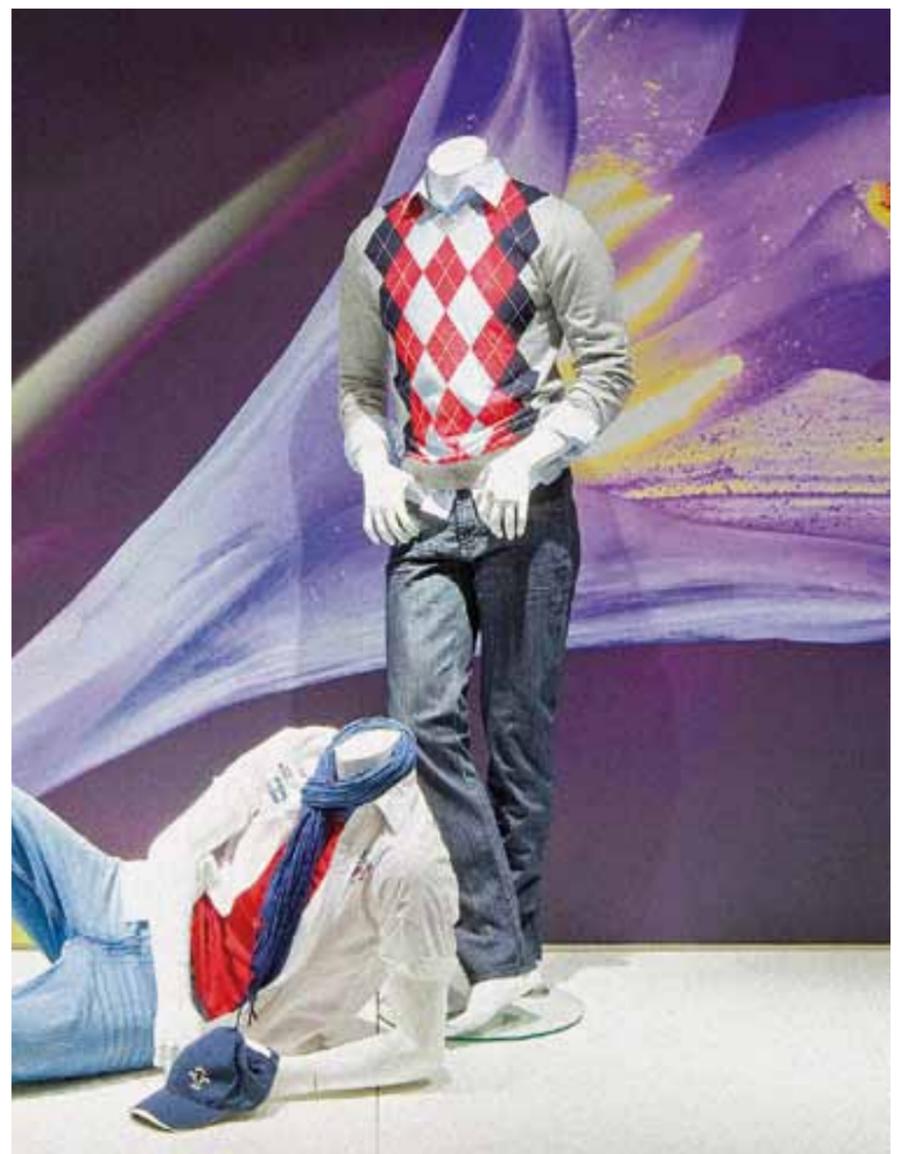
Damen, Herren und Kinder an. Im Mittelpunkt
stehen die drei stärksten Marken Casa Blanca,
Biaggini und Kingfield. Sie sind im Shop-in-
Shop-Stil aufmerksamkeitsstark auf der Fläche
inszeniert. Das neue Konzept setzt die Modewelt
wirkungsvoll in Szene.

Das neue Ladendesign lädt zum Verweilen ein



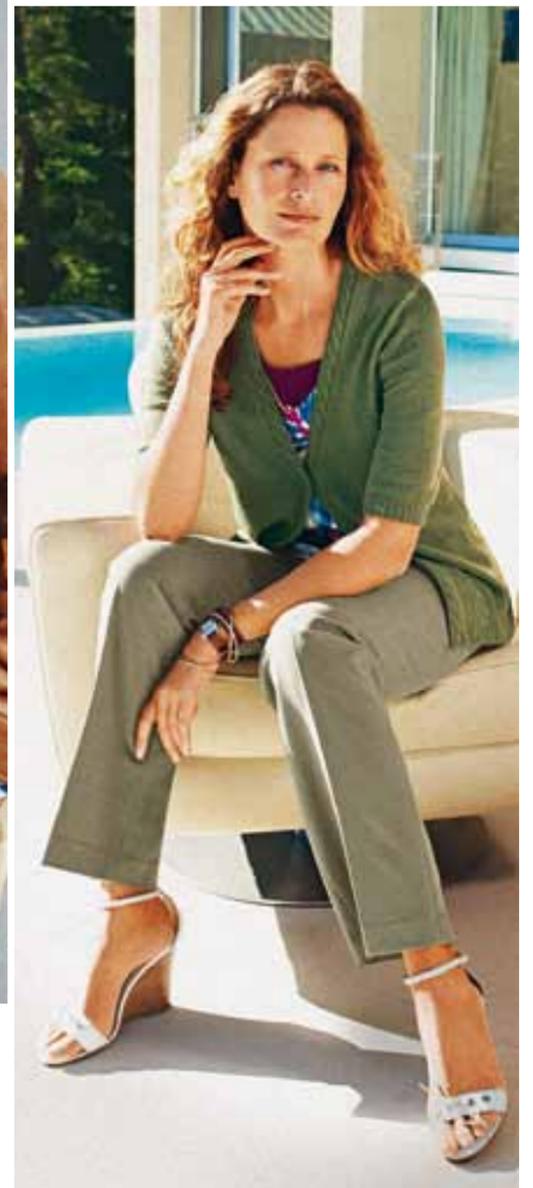
Faszinierende Einkaufsatmosphäre

Die prägnante, aber dezent eingesetzte violette Unternehmensfarbe verweist auch von Weitem auf Fixpunkte wie Kasse und Bereiche der Anprobe. Zielgruppenaffine Gestaltungsmerkmale wie etwa ein stilisierter Baum in der Kinderabteilung fördern die Identifikation der Kundinnen und Kunden und steigern den Wohlfühlfaktor in der Filiale. Speziell grossgeschrieben wird im Verkauf die Beratungskompetenz.



FASHION LABELS

A Fabulous Choice



Biaggini Violett ist eine moderne Designer-Kollektion, die für hochwertige Qualitäten und körperbetonte Schnitte steht. Als Coordinate-Kollektion werden Business-, Freizeit- sowie Party-Modelle angeboten.



Trendorientierte Coordinate-Kollektion und moderne Basics – trifft den Zeitgeist und den Geschmack der Frauen und Männer, die Spass an der Mode haben. Unkomplizierte Casual-Outfits, meistens city- oder businesstauglich, stehen im Fokus.



Aktuelle Mode zum Wohlfühlen, unkompliziert und vielseitig kombinierbar, sowohl casual als auch formell.



Klassische Mode in hochwertigen Qualitäten und zuverlässigen Passformen mit hohem Tragekomfort. Vielseitige Kombinationsmöglichkeiten für Business, Freizeit oder spezielle Anlässe.



Die Grandiosa-Kollektion ist spezialisiert auf die Grössen 44-54. Sie setzt aktuelle Trends figurgünstig um. Diese Mode betont die Vorzüge der Trägerin.



Spielerischer Look für Kids - trendorientiert, detailverliebt und voller Emotionen. Bequeme Schnitte sorgen für viel Bewegungsfreiheit und gute Qualitäten für Haltbarkeit.



Freches Styling für Girls & Boys im Alter von 8 bis 14 Jahren. Trendige Kombimode in angesagten Qualitäten und Farben stärkt das Selbstbewusstsein.

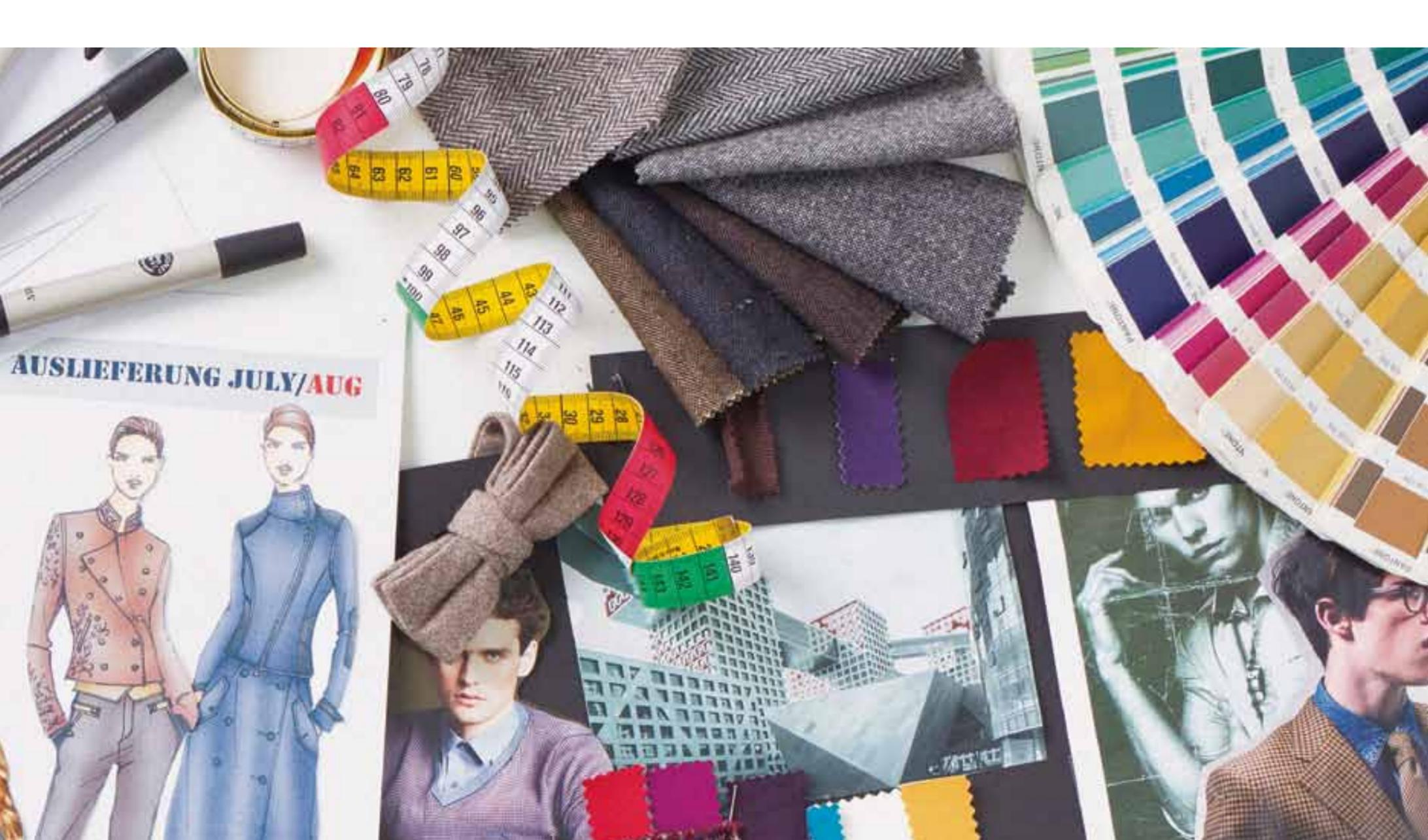


Sport- und Freizeitmode mit Anspruch auf Leichtigkeit, Bequemlichkeit und Bewegungsfreiheit - funktionell und trendorientiert.



Trends Women

Facettenreich präsentiert sich die Damenmode im Herbst/Winter 2011/12. Verschiedene Stilrichtungen sind im Trend - lässig, rustikal, sportiv, aber auch feminin. Outdoorjacken im Cabanstyle mit Militaryelementen sowie Parka- und Lederjacken mit sportiven Reißverschlüssen, Taschen und Gürteln sind angesagt. Die neue Silhouette besteht aus schmalen Hosen und Chinos, kombiniert mit Oberteilen im lässigen Layeringlook. Grob gestrickte, verhüllende Pullover, Jacken und Schals sowie Kleider mit Jeggings gehören zum modern gestylten Outfit und werden durch Bikerboots und vielfältige Accessoires komplettiert. Blusen begeistern in neuen Karomustern und Shirts in verfremdeten Animalprints. Farben: Marine, alle Khaki- und Schlammanuancen in Verbindung mit Beerentönen.



CHARLES VÖGELE STYLE GUIDE

Tomorrow's Fashion Trends

Trends Men

Die Herrenmode ist im Herbst/Winter 2011/12 geprägt von individuellem Styling. Dabei wird das klassisch-formelle Business-Styling durch Sportivität gebrochen. Ein «Stilbruch» wird auch durch ein Mix & Match von unterschiedlichen Materialien und Mustern erreicht. Retrofarben wie Sudanbraun, Burgunderrot, Türkis und verschiedene Grautöne zaubern ein völlig neues Farbbild in die Läden. Weitere Beispiele für diesen informellen Stilmix sind Jeanshemd mit Fliege oder legere Kombinationen mit Sakko.





WOMEN'S ACCESSORIES





CHARLES VÖGELE BY NUMBERS

8022 Mitarbeitende

677 Lehrlinge

826 Filialen

650 000 m² Verkaufsfläche

436 Mio. Modemagazine pro Jahr

3 Mio. Kundenkarten

30 Mio. Kundentransaktionen

18 Mio. T-Shirts pro Jahr

35 000 Krawatten pro Monat
3,8 Mio. Jeans pro Jahr
35 000 Socken pro Woche
500 000 Lingerieteile pro Jahr
10 000 Anzüge pro Monat
5,5 Mio. Accessoires pro Jahr
250 000 Jacken pro Monat
63 Mio. verkaufte Teile



NZZ am Sonntag

«Meine Schwester Penélope und ich waren an der gesamten Produktion beteiligt. Wir haben unsere Ideen eingebracht, gezeichnet, danach eine erste Selektion durchgeführt und uns die Vorschläge des Designteams angehört. Man spürt viel Energie in diesem Unternehmen.»

31. Oktober 2010

Schweizer Illustrierte

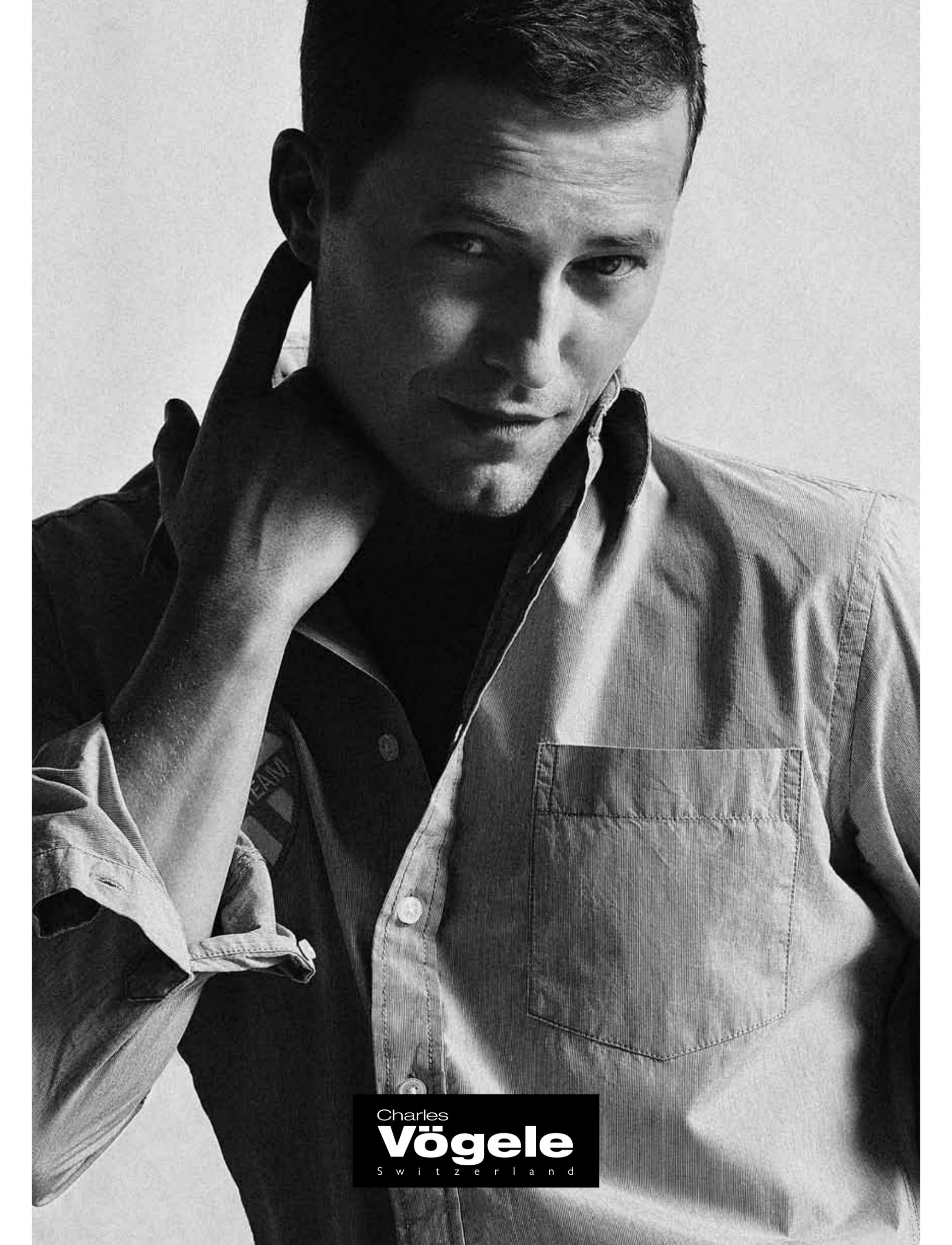
«Das Modegeschäft Charles Vögele eröffnet am 24. März den neuen Flagship Store in Zürich. Mit dabei ist auch Bruce Darnell, der eine Leserin neu stylen wird.»

8. März 2010

REFLECTED

Charles Vögele in the media



A black and white photograph of a man with short hair, looking directly at the camera. He is wearing a light-colored, button-down shirt with a chest pocket. His right hand is raised to his neck, with fingers spread. The lighting is dramatic, with strong shadows on the left side of his face and body. The background is a plain, light color.

Charles
Vögele
S w i t z e r l a n d